Government of Canada Gouvernement du Canada

The Pleasure Boat Market in Argentina

April 1999

(Également disponible en français sous le titre,
Le marché de la navigation de plaisance en Argentine)

Prepared by the
Team Canada Market Research Centre
and the
Canadian Trade Commissioner Service

© Department of Foreign Affairs and International Trade
(FaxLink no. 38268)

Canada

Report prepared by the Team Canada Market Research Centre
Market Support Division (TCM)
Department of Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive, Ottawa K1A 0G2
Fax: (613) 943-1103
E-mail: research.center@dfait-maeci.gc.ca

The Team Canada Market Research Centre produces a wide range of market reports by region and sector for Canadian exporters. These reports are available from:

— the FaxLink Domestic service (613-944-4500); and
— DFAIT's InfoExport Internet site (http://www.infoexport.gc.ca).

The Government of Canada has prepared this report based on primary and secondary sources of information. Readers should take note that the Government of Canada does not guarantee the accuracy of any of the information contained in this report, nor does it necessarily endorse the organizations listed herein. Readers should independently verify the accuracy and reliability of the information.

100-03112/

THE PLEASURE BOAT MARKET IN ARGENTINA

Team Canada Inc • Équipe Canada inc

EXECUTIVE SUMMARY

According to 1998 boat registration statistics, there are more than 90 000 pleasure boats in Argentina. The general pleasure boat market is based on the Harmonized Source (HS) export code 8903 and includes sail and motor yachts, motor boats, inflatable boats, jet-ski boats, canoes, rowboats, kayaks, catamarans and other personal-use water craft.

The Argentine pleasure boat market has more than doubled in the past three years, increasing from US$73 million in 1995 to an estimated US$150 million in 1998. The market is expected to remain strong through to 2001, with an annual projected growth of between 15% and 25%. Positive market predictions are supported by overall Argentine macroeconomic performance, which is expected to undergo a real GDP growth of 4% in 1999 while maintaining steady inflation rates.

Approximately 10% (US$15 million) of pleasure boat sales are derived from imports. The United States (which shares many of Canada's manufacturing capabilities) accounts for 3% of total market sales, while Canadian imports account for less than 1% of the total market. Canada's market presence in the Argentine pleasure boat market is dominated by the popularity of the Sea-Doo, which, for the Argentine consumer, has become synonymous with Canadian marine products.

There are several encouraging market fundamentals that Canadian pleasure boat manufactures can capitalize on. These include the fact that the Argentine pleasure boat market is growing; that consumers are product educated; that macroeconomic conditions are positive; that the popularity of the Sea-Doo has raised awareness about Canada, if not Canadian pleasure boats; and that Canadian manufacturers have the capabilities to produce the products that Argentinian consumers are looking for.

The key market opportunity and challenge for Canadian pleasure boat manufacturers, therefore, is to take Canadian product quality, manufacturing expertise, technical leadership, and product diversity to the Argentine marketplace.

TABLE OF CONTENTS

EXECUTIVE SUMMARY iii

MARKET OVERVIEW 1
- Key Factors Shaping Market Growth 1
- Opportunities 2

COMPETITIVE ENVIRONMENT 3
- Local Capabilities 3
- International Competition 3
- Canadian Position 4
- Competitive Advantage through Canadian Government Policies and Initiatives 4

MARKET LOGISTICS 4
- Channels of Distribution 4
  - Direct Sales 4
  - Distributors and Wholesalers 5
  - Agents and Sales Representatives 5
- Market-entry Considerations 5
  - Suggested Business Practices 5
  - Import Regulations 5
  - Local Standards, Certificates or Registrations 6
  - Export Credit, Restrictions on Letters of Credit or Currency Controls 6

PROMOTIONAL EVENTS 7

KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES 8

OTHER REFERENCE MATERIAL 10
- Useful Internet Sites 10

THE PLEASURE BOAT MARKET IN ARGENTINA

Team Canada Inc • Équipe Canada inc

MARKET OVERVIEW

Argentina has a population of 35 million and a GDP of more than US$320 billion, making the country the second-largest economy in South America. Preliminary figures indicate a domestic growth rate of 7% in 1998, and the growth rate for 1999 is forecast at 4.3%. Since the early 1990s, Argentina has transformed from a closed, highly regulated economy to one increasingly based on market forces and international trade. Government economic participation has significantly diminished through the privatization of most state firms. In addition, price controls for many goods and services have been eliminated.

Following years of hyper-inflation in the late 1980s and early 1990s, low and stable inflation rates have become the norm in the Argentinian economy during the past three years. Interest rates are forecast to remain low through 2001 and are expected to stimulate continued consumer confidence and spending.

While Spanish is the official language of Argentina, English, Italian, German, and French are also spoken. This language diversity reflects the largely European ancestry of many Argentinians, and there remain strong ethnic, cultural and business ties with Europe.

Argentina has more than 4989 km of coastline and 11 000 km of navigable waterways. With more than 80% of the country's population residing in urban areas, it is not surprising that the pleasure boat market is urban based. Buenos Aires, which has more than one third of Argentina's population, is the largest consumer products market. Its residents generally represent the most sophisticated consumers in the country, receiving, as they do, more exposure than other Argentinians to foreign goods through stores, billboards, and television advertising. Buenos Aires consumers have a long-standing taste for imports -- particularly consumer goods that have status appeal. Other major consumer market areas are Cordoba, Rosario, and Mendoza.

Key Factors Shaping Market Growth

Between 1993 and 1996, the Argentine government gradually phased out a 32% luxury tax on pleasure boat purchases. The removal of this tax has played an instrumental role in the recent growth of the pleasure boat market.

As a result of the privatization of Argentine ports, which began in 1994, millions of dollars are being invested to increase port capacity and improve services. This national focus on revamping marine terminals and waterways will not only bolster Argentina's important waterborne trade but will also promote general awareness of water-related activities and use of pleasure boats.

Since 1995, and the introduction of the MERCOSUR customs union between Argentina, Brazil, Paraguay, and Uruguay (Chile 1996 and Bolivia 1997) Argentina has developed a growing dependence on trade with Brazil. With advantageous customs and tax structures under the MERCOSUR union, Brazilian boat manufactures have made significant inroads into the Argentine market and currently hold more than 20% of the import market. Brazilian competition and import market share is expected to increase.

Changing consumer spending patterns, positive economic policies, and the general impact of increasingly open markets all indicate good long-term prospects for Canadian exporters of pleasure boats. In the short term, new exporters should expect strong competition from domestic producers and other MERCOSUR members, especially Brazil. In addition, US manufactures will continue to be strong market competitors.

Opportunities

Canadian pleasure boat exporters are encouraged to expose their products to Argentinian consumers. Canadian manufacturers offer capabilities and products comparable to those of U.S. suppliers, who do well in Argentina and who are continually expanding their market share and penetration.

Offering attractive and flexible payment terms to importers and consumers may be one way in which Canadian exporters can achieve a competitive edge. Obtaining local financing and credit lines is currently both expensive and difficult. Local lending institutions do not consider pleasure boat purchases a priority loan market, and the majority of local pleasure boat manufacturers and sellers are small and medium-sized businesses that do not have the financial capacity to offer "in-house" credit terms to consumers.

Argentine pleasure boat consumers are searching for a balance between price, quality, and after-sales service, as well as fast delivery. Canadian exporters that can offer this balance should be able to compete in the market.

COMPETITIVE ENVIRONMENT

Local Capabilities

Ninety percent of the annual US$150-million Argentine pleasure boat market is supplied by more than 120 local companies engaged in the manufacture of sailboats, cruisers, motorboats, and inflatable boats, as well as in the supply of equipment and services. Local boat manufacturing facilities, which employ over 5200 people and produce approximately 8000 units per year, are concentrated in the northern region of the province of Buenos Aires. Local manufacturers are strong in the 35-ft-craft market, where they offer good quality and competitive pricing. Some local manufacturing capacity also exists in the 20-30-ft-boat range, although consumers prefer comparable U.S. boats.

The three leading local pleasure boat manufacturers are Astilleros Tarrab S.A., Canestrari Hnos S.A., and Nautica S.A.

Founded over 30 years ago, Astilleros Tarrab S.A. concentrates on building solid fibreglass motor yachts and is one of the leading 28-130 ft. fibreglass yacht builders in South America. The shipyard employs more than 150 workers.

Canestrari Hnos S.A., established over 50 years ago, concentrates on the manufacture of leisure, fishing, tourism and work boats. According to sales figures, Canestrari boats have ranked as best-sellers in Argentina for four consecutive years.

Since 1961, Nautica S.A. has led the Argentine luxury boat building market with its Bermuda brand boats. Nautica makes limited export sales within the MERCOSUR group of countries.

International Competition

The Argentinian pleasure boat import market is dominated by U.S. suppliers, who command 30% of the import market, followed by Japan (at 22%), Brazil (at 20%), and European suppliers (at 14%).

Brazil's market share, which is expected to increase in the coming years, has been bolstered by its participation in the MERCOSUR union, which has given it customs and tax advantages over other countries.

Pleasure boat suppliers from the United States typically enter the Argentine market though local distributors, who are themselves either shipyards or manufacturers.

Canadian Position

Sales of Canadian pleasure boats in Argentina totaled US$1.8 million in 1995, US$1.5 million in 1996 and US$1.9 million in 1997, constituting between 5 - 10 % of the import market and 1% of the total market.

Canada's market presence in the Argentine pleasure boat market is currently limited to the Bombardier Sea-Doo. Between 1994 and 1998, more than 4000 jet-ski type personal water craft were registered in Argentina.

Unfortunately, the market success of the Sea-Doo has not improved Argentine consumer awareness of the diversity, quality, and technical originality of Canadian pleasure boat products. However, there are good long-term prospects for Canadian exporters who make the effort to expose their products to the Argentine market.

Competitive Advantage through Canadian Government Policies and Initiatives

The Export Development Corporation (EDC) offers export financing and insurance to Canadian exporters. Additionally, insurance can be provided for larger transactions that are subject to the terms and conditions established by the buyer. EDC prefers to work through letters of credit, bank credits or bank guarantees. Details and approval for financing will be considered case by case. For more information, please contact EDC.

The Canadian Commercial Corporation (CCC) also offers small and medium-sized Canadian companies access to financing and better payment terms under the Process Payment Program (PPP). The PPP concept was developed as a partnership between major Canadian financial institutions and the CCC. It enables the exporter's bank to open a line of credit for the exporter's benefit, based on CCC approval of the project and the exporter's ability to perform. For more information, please contact the CCC.

MARKET LOGISTICS

Channels of Distribution

Pleasure boats are predominately sold by shipyards, which are distributors and can provide the service capabilities that consumers demand.

Direct Sales

Some success has been achieved in Argentine markets through direct sales of products such as insurance, used medical equipment, health care equipment, and

luxury consumer goods. Direct sale of pleasure boats has had only limited success because this method of sale neglects to satisfy consumer preferences for after-sales service, personal contact, local presence, and fast delivery.

Distributors and Wholesalers

Generally, companies new to Argentina find it most effective to sell through distributors, including local pleasure boat shipyards. Distributors provide local presence, service capability, established reputation, and personal contact that Argentinian consumers are looking for.

Agents and Sales Representatives

While agents and representatives can provide Canadian exporters with contacts, introductions and market knowledge, they are usually unable to supply the level of consumer service that Argentinian consumers demand. Commissioned sales agents are rarely involved in pleasure boat sales.

Market-entry Considerations

Suggested Business Practices

Developing personal relationships with representatives and distributors is fundamental to conducting business successfully in Argentina. Exporters are encouraged to use the services of local Canadian commercial officers in Buenos Aires to make introductions and establish contacts.

Business dress, appearance and general approach and demeanour are generally conservative. Promptness for meetings is expected. Exporters are encouraged to have their business cards printed in both Spanish and English. Exporters should also ensure that product literature, labels, and manuals are in the correct form of Spanish, which differs from Mexican or Chilean Spanish. Using a translator who is familiar with the local market is also recommended.

Import Regulations

Import regulations are generally in line with common international trade regulations. One exception is that commercial invoices must be presented in Spanish and must contain declarations concerning details such as price, quality and quantity. A certificate of Origin is required for all imports.

Local Standards, Certificates or Registrations

Compliance with local standards is, for the most part, voluntary. The buyer and seller therefore share responsibility to determine product acceptability. Products conforming to US standards may be fully acceptable; however, long-standing tradition and practices often dictate a preference for European standards.

Argentina is a member of the World Trade Organization (WTO) and has signed the Technical Barriers to Trade (TBT) agreement, which affirms the country's commitment to using international standards to the maximum extent possible.

Export Credit, Restrictions on Letters of Credit or Currency Controls

There are no current currency controls, restrictions on letters of credit, or general export credit risks. European and Japanese pleasure boat importers prefer to conduct business through a letter of credit. Companies from the United States tend to receive payment through consumer chequing accounts.

PROMOTIONAL EVENTS

Event / Description	Organizer
Salon Nautica Buenos Aries October 1999 (TBC)	**Argentina Chamber of Lightweight Boat Manufacturers** (Camara Argentina de Constructores de Embarcaciones Livianas / CACEL) Av. Libertador 433, 1646 San Fernando Buenos Aires, Argentina Tel: (54-1) 745-9581 Fax: (54-1) 744-3619
Miami International Boat Show Miami Beach Convention Center Miami, Florida February 11-17, 1999	**NMMA Boat Shows** 400 Arthur Godfrey Rd, Suite 310 Miami Beach FL 33140 Tel: (305) 531-8410 Fax: (305) 534-3139

KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES

Canadian Contacts

Canadian Embassy
Street Address:
Tagle 2828
1425 Buenos Aires, Argentina.

Mailing Address
Camilla de Correl. 1598
1000 Buenos Aires, Argentina
Tel: (54-1) 805-3032
Fax:(54-1) 806-1209
Email: COMMERCE@bairs01.x400.gc.ca

Department of Foreign Affairs and International Trade
Latin America and Caribbean Bureau
125 Sussex Dr.
Ottawa, ON K1A 0G2
Tel: (613) 996-5549
Fax: (613) 943-8806

Department of Foreign Affairs and International Trade
Market Support Division
125 Sussex Dr.
Ottawa, ON K1A 0G2
Tel: (613) 944-4000
Fax: (613) 943-1103

Canadian International Development Agency (CIDA)
Place du Centre
200 Promenade du Portage
Hull, QC K1A 0G4
Tel: (819) 997-5456
Fax: (819) 953-5024

Export Development Corporation (EDC)
151 O'Connor St.
P.O. Box 655
Ottawa, ON K1P 5T9
Tel: (613) 598-2500
Fax: (613) 237-2690

Industry Canada
235 Queen St.
Ottawa, ON K1A 0S5H
Tel: (613) 952-0218
Fax: (613) 941-8464

Alliance of Manufactures and Exporters of Canada
1 Nicholas St. Suite 1500,
Ottawa, ON K1N 7B7
Tel: (613) 238-8888
Fax: (613) 563-9218

Canadian Council for the Americas
360 Bay St.
Toronto, ON M5H 2V6
Tel: (416) 367-4313
Fax: (416) 367-5460

Argentinian Contacts

Embassy of Argentina
Suite 910
90 Sparks Street,
Ottawa, ON K1P 5B4
Tel: (613) 236-2351
Fax: (613) 235-2659

Argentine Chamber of Commerce
(Camara Argentina de Comercio)
Av. L.N. Alem 36, 10th Floor
1003 Buenos Aires, Argentina
Tel: (54-1) 331-8051
Fax:(54-1) 342-6371

Argentine-Canada Chamber of Commerce
(Camara de Comercio Argentino-Canadiense)
Sanchez de Bustamante 54
1173 Buenos Aires, Argentina.
Tel: (54-1) 86-2831

Argentine Chamber of Lightweight Boat Manufacturers (Camara Argentina de Constructores de Embarcaciones Livianas / CACEL)
Av. Del Libertador 433, 1646 San Fernado
Buenos Aires, Argentina.
Tel: (54-1) 744-3619
Fax: (54-1) 743-6461

BIBLIOGRAPHY

Applied Technologies International, "Pleasure Boats and Accessories Argentina." 1997.

The Economist Intelligence Unit. "Country Reports: The Americas - Argentina." June 5, 1998.

Fundacion Exportar, "Argentine Marine Industry," Spring, 1997.

Gray, John. "Sea-Doo Business Hits Rough Water." Canadian Press, August 3, 1998.

Harvard International Review. "Enter Argentina." Vol. 20, No. 3, summer 1998.

International Boat Industry. "Waiting for a Lift." October/November 1993.

Marketing & Research Today. "Customer Satisfaction in the Distribution Line - Argentine Experiences." Vol. 25, No. 3, August 1997

OTHER REFERENCE MATERIAL

Useful Internet Sites

Department of Foreign Affairs and International Trade: **http://www.dfait-maeci.gc.ca**

Strategis: **http://www.strategis.gc.ca**

InfoExport: **http://www.infoexport.gc.ca**

ExportSource: **http://www.eaportsource.gc.ca**

Recreational Boat Building Industry: **http://www.rbbi.com**

Argentine Chamber of Boat Builders (CACEL): **http://www.nautica.com.ar**

Argentine Business: **http://www.invertir.com**

Argentine Business Gateway: **http://www.externa.com.ar**

Argentine Consulate in Toronto: **http://www.consargtoro.org**

Ministry of Foreign Affairs and International Trade - Argentina: **http://www.mecon.ar**

US Dept. of Commerce: **http://www.stat-usa.gov**

Trade Show Central: **http://www.tscental.com**

READER EVALUATION

Please help the Team Canada Market Research Centre to produce market reports which meet your information needs by completing this evaluation form and returning it by fax (613) 943-1103. Thank you for your valuable input.

1. How did you obtain a copy of this market report?
   - G InfoCentre FaxLink system
   - G InfoCentre help line
   - G Local government office
   - G Government Internet site
   - G Other: _____

2. How would you describe this market report?

	Strongly agree	Agree	No opinion	Disagree	Strongly disagree
Useful	G	G	G	G	G
Complete	G	G	G	G	G
Well organized	G	G	G	G	G
Well written	G	G	G	G	G
Ideal length	G	G	G	G	G

3. In what form do you prefer to obtain these reports?
   - G Print
   - G Electronic

4. Based on the information in this report, what specific action(s) does your organization plan to take in this market? Check all that apply.
   - G Seek an agent/distributor
   - G Visit the market
   - G Do more research
   - G Other: _____
   - G Contact Canadian trade office abroad
   - G Participate in a trade show abroad
   - G Nothing

5. What other market reports would be of benefit to your organization? Please identify specific products and countries. _____

6. Which of the following categories best describes your organization? Check one only.
   - G Processor/manufacturer
   - G Trading house
   - G Export service provider
   - G Industry/trade association
   - G Government
   - G Student/academia
   - G Consultant
   - G Other: _____

7. What were your organization's total sales last year, in Canadian dollars?
   - G Less than $10 million
   - G More than $50 million
   - G $10 million to $50 million
   - G Not applicable

Additional comments/suggestions for improvement: _____

OPTIONAL — The name of your organization is: _____

Government of Canada | Gouvernement du Canada

Le marché de la navigation de plaisance en Argentine

juin 1999

(Also available in English under the title
The Pleasure Boat Market in Argentina)

Préparé par
le Centre des études de marché d'Équipe Canada
et
le Service canadien des délégués commerciaux

© Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
(FaxLink no. 38268)

Canada

Rapport préparé par le Centre des études de marché d'Équipe Canada
Direction de l'appui aux marchés (TCM)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2
Télécopieur : (613) 943-1103
Courrier électronique : research.center@dfait-maeci.gc.ca

Le Centre des études de marché d'Équipe Canada produit une vaste gamme de rapports par région et par secteur à l'intention des exportateurs canadiens. Ces rapports sont disponibles sur:

— le FaxLink national (613-944-4500); et
— le site Internet InfoExport du MAECI (http://www.infoexport.gc.ca)

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Aussi ce dernier ne garantit-il aucunement l'exactitude des renseignements qu'il contient pas plus qu'il n'appuie les organisations dont le nom y figure. Il appartient donc aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des renseignements contenus dans le présent rapport.

Centre des études de marché d'Équipe Canada
juin 1999

LE MARCHÉ DE LA NAVIG ATION DE PLAISANCE EN ARG ENTINE

Équipe Canada inc • Team Canada Inc

RÉSUMÉ

D'après les statistiques sur les immatriculations de 1998, il y a en Argentine plus de 90 000 embarcations de plaisance. Ce marché global, qui correspond au code d'exportation 8903 du système harmonisé, comprend les voiliers et yachts, les embarcations motorisées, les canots pneumatiques, les motomarines, les canots, les chaloupes, les kayacs, les catamarans et tous les autres bateaux à usage personnel.

Le marché argentin de la navigation de plaisance a plus que doublé au cours des trois dernières années; sa valeur a grimpé de 73 millions de dollars américans en 1995 à un total estimatif de 150 millions de dolars américans en 1998. On s'attend à ce qu'il reste dynamique jusqu'en 2001, la croissance annuelle prévue se situant dans la brochette de 15 et 25 %. Ces prévisions optimistes se fondent sur les résultats économiques globaux de l'Argentine, qui devrait afficher une croissance réelle du PIB de 4 % en 1999, tandis que le taux d'inflation demeurera stable.

Environ 10 % (15 millions $ US) des ventes sont attribuables aux importations. Les États-Unis (dont la capacité de production se compare dans une large mesure à celle du Canada) représentent 3 % de l'ensemble des ventes, alors que les produits canadiens importés comptent pour moins de 1 %. Notre présence sur ce marché se traduit surtout par les motomarines, très populaires auprès des consommateurs argentins, et qui en sont venues à symboliser l'industrie nautique canadienne.

Les fabricants canadiens de bateaux de plaisance peuvent capitaliser sur plusieurs facteurs fondamentaux des plus encourageants. Ainsi, le marché argentin pour ce genre d'articles est en expansion; les consommateurs connaissent bien les produits; la conjoncture macroéconomique est favorable; la popularité des motomarines a contribué à faire mieux connaître le Canada, à défaut des bateaux de plaisance canadiens dans leur ensemble; enfin, les fabricants canadiens sont en mesure d'offrir les produits que recherchent les consommateurs argentins.

Par conséquent, les meilleurs débouchés et les principaux défis pour les exportateurs canadiens consistent à écouler en Argentine des produits diversifiés et de bonne qualité, en misant sur leur expertise et leur avant-gardisme au plan technique.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ iii

APERÇU DU MARCHÉ 1
Facteurs déterminants pour la croissance à venir 2
Possibilités 2

LA CONCURRENCE 3
Capacités locales 3
Concurrence internationale 4
Position des entreprises canadiennes 4
Avantage concurrentiel grâce à la politique et aux initiatives du gouvernement canadien 4

LOGISTIQUE 5
Circuits de distribution 5
Vente directe 5
Distributeurs et grossistes 5
Agents et représentants des ventes 5
Facteurs à considérer pour accéder au marché 6
Pratiques commerciales proposées 6
Règlements en matière d'importation 6
Normes, certificats et enregistrements locaux 6
Risques associés au crédit à l'exportation, restrictions sur les lettres de crédit ou sur le contrôle des devises 6

ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES 7

PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN 8

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS 10
Sites Internet utiles 10

LE MARCHÉ DE LA NAVIG ATION DE PLAISANCE EN ARG ENTINE

Team Canada Inc • Équipe Canada inc

APERÇU DU MARCHÉ

L'Argentine compte une population de 35 millions d'habitants et son PIB dépasse 320 milliards de dollares américans, si bien que son économie se classe au deuxième rang des pays d'Amérique du Sud. Les chiffres préliminaires révèlent que la croissance économique a atteint 7 % en 1998, et on prévoit un taux de croissance de 4,3 % pour 1999. Depuis le début des années 1990, ce pays s'est ouvert au commerce international et le gouvernement a libéralisé progressivement l'économie, qui était autrefois fermée et très réglementée. Il a entre autres réduit considérablement ses interventions en privatisant la plupart des sociétés d'État. En outre, les contrôles sur les prix de nombreux produits et services ont été supprimés.

Après la période d'hyperinflation ayant marqué la fin des années 80 et le début des années 90, les taux d'inflation ont diminué et se sont stabilisés au cours des trois dernières années. On s'attend à ce que les taux d'intérêt demeurent bas jusqu'en 2001, ce qui devrait stimuler la confiance et les dépenses des consommateurs de manière durable.

Bien que l'espagnol soit la langue officielle du pays, on y parle également le français, l'anglais, l'italien et l'allemand. Cette diversité linguistique s'explique par les racines essentiellement européennes d'un grand nombre d'Argentins, d'où les liens étroits qui subsistent avec l'Europe aux plans ethnique, culturel et commercial.

L'Argentine se distingue par plus de 4 989 km de littoral et 11 000 km de cours d'eau navigables. Il n'est pas étonnant de constater que le marché de la navigation de plaisance a un caractère essentiellement urbain, puisque plus de 80 % de la population habite dans les villes. La métropole Buenos Aires, qui regroupe plus du tiers de la population, représente le principal débouché pour les produits de consommation. En général, ses résidants sont les consommateurs les plus avertis au pays, étant comme il se doit mieux au courant que les autres Argentins des produits étrangers grâce aux magasins, aux panneaux d'affichage et à la publicité télévisée. Les citoyens de Buenos Aires apprécient depuis longtemps les produits de consommation importés, particulièrement ceux qui confèrent un prestige. Les grandes villes de Cordoba, Rosario et Mendoza sont également des débouchés importants.

Facteurs déterminants pour la croissance à venir

Entre 1993 et 1996, le gouvernement argentin a levé graduellement la taxe sur produits de luxe de 32 % s'appliquant aux achats de bateaux de plaisance. La suppression de cette taxe est une des causes de l'expansion récente du marché de la navigation de plaisance.

Dans le sillage de la privatisation des ports amorcée en 1994, on a investi des millions de dollars afin d'accroître les capacités portuaires et d'améliorer les services. En plus de stimuler le commerce maritime très important, ces efforts en vue de remettre en état les terminaux maritimes et d'améliorer les voies d'eau navigables contribueront à populariser de façon générale les activités nautiques et les bateaux de plaisance.

Depuis 1995, année où l'Argentine, le Brésil, le Paraguay et l'Uruguay ont formé l'union douanière appelée MERCOSUR (à laquelle se sont ajoutés le Chili en 1996 et la Bolivie en 1997), le commerce argentin est devenu de plus en plus tributaires des échanges avec le Brésil. Profitant des règles douanières et des barèmes de taxation préférentiels accordés par le MERCOSUR, les fabricants brésiliens de petits bateaux ont réalisé des percées majeures sur le marché argentin, leur part des importations dépassant actuellement 20 % du total. Il est probable que cette concurrence s'accentuera et que les Brésiliens augmenteront encore leur part du marché.

L'évolution des habitudes de consommation, une politique économique favorable et les retombées générales de la libéralisation des marchés, tous ces facteurs laissent entrevoir de bonnes perspectives à long terme pour les exportateurs canadiens d'embarcations de plaisance. À court terme, il faut s'attendre à une vive concurrence de la part des producteurs locaux et des autres pays du MERCOSUR, en particulier le Brésil. De plus, les fabricants américains continueront à rivaliser avec les Canadiens.

Possibilités

Les exportateurs canadiens ont intérêt à participer à des expositions pour faire connaître leurs embarcations aux consommateurs argentins. Ces fabricants possèdent des capacités et offrent des produits comparables à ceux des fournisseurs américains, qui réussissent bien en Argentine et qui augmentent régulièrement leur part du marché et leur taux de pénétration.

Une bonne façon pour les exportateurs canadiens de devancer les concurrents consiste à accorder aux importateurs et aux consommateurs des conditions de paiement avantageuses et souples. Actuellement, il est difficile de se faire financer et d'obtenir une marge de crédit sur place. Les institutions de prêts locales ne s'intéressent guère aux ventes d'embarcations de plaisance, et la plupart des fabricants et vendeurs locaux sont des entreprises de petite ou moyenne taille qui ne possèdent

pas les moyens financiers nécessaires pour offrir aux clients des conditions de crédit privilégiées.

Le acheteurs de bateaux de plaisance recherchent un équilibre entre le prix, la qualité et le service après vente, en plus d'exiger une livraison rapide. Les exportateurs canadiens en mesure de satisfaire ces exigences devraient réussir à se tailler une place sur le marché argentin.

LA CONCURRENCE

Capacités locales

Quatre-vingt-dix pour-cent des bateaux de plaisance vendus en Argentine, dont la valeur se chiffre à 150 millions de dollars américans, proviennent de plus de 120 entreprises locales qui fabriquent des voiliers, yachts, embarcations à moteur et radeaux pneumatiques, et qui fournissent de l'équipement et des services. Les usines locales, qui emploient plus de 5 200 travailleurs et produisent environ 8 000 unités par année, se concentrent dans la partie nord de la province de Buenos Aires. Les producteurs argentins excellent dans la fabrication des embarcations de 35 pi, de bonne qualité et vendues à des prix compétitifs. Le pays produit également des embarcations d'une longueur entre 20 et 30 pi, bien que les consommateurs préfèrent les bateaux américains équivalents.

Les trois principaux fabricants de bateaux de plaisance sont Astilleros Tarrab S.A., Canestrari Hnos S.A. et Nautica S.A.

La société Astilleros Tarrab S.A., fondée il y a une trentaine d'années, se spécialise dans les yachts en fibre de verre, et il s'agit d'un des principaux fabricants sud-américains de yachts en fibre de verre d'une longueur entre 28 et 130 pieds. Ce chantier naval emploie plus de 150 ouvriers.

La compagnie Canestrari Hnos S.A., créée il y a une cinquantaine d'années, se concentre sur les embarcations de plaisance, de pêche et d'excursion et les bateaux servant au travail. D'après les chiffres de ventes, cette entreprise peut se vanter d'être parmi celles qui ont obtenu les meilleurs résultats en Argentine durant quatre années consécutives.

Depuis 1961, la société Nautica S.A. domine en Argentine dans le segment haut de gamme avec ses embarcations de luxe de marque Bermuda. Elle exporte également, de façon limitée, dans les pays du pacte MERCOSUR.

Concurrence internationale

Quant aux importations de bateaux de plaisance, les producteurs américains accaparent 30 % du marché, suivis par les fournisseurs japonais (22%), brésiliens (20%) et européens (14%).

La part du Brésil, qui devrait en principe augmenter au cours des prochaines années, profite du pacte MERCOSUR, qui permet aux exportateurs brésiliens de bénéficier d'un traitement fiscal et douanier plus avantageux que celui accordé à leurs rivaux des autres pays.

Normalement, les fabricants américains exportent en Argentine en passant par des distributeurs locaux, qui possèdent eux-mêmes des chantiers navals ou des usines de fabrication.

Position des entreprises canadiennes

Les ventes de bateaux de plaisance canadiens en Argentine ont atteint 1,8 million de dollars américans en 1995, 1,5 millions $ US en 1996 et 1,9 million $ US en 1997, ce qui représente entre 5 et 10 % des importations et 1% du marché global.

La présence canadienne sur ce marché se limite actuellement aux motomarines de la compagnie Bombardier. Entre 1994 et 1998, plus de 4 000 esquifs personnels du type motomarine ont été immatriculés en Argentine.

Malheureusement, le succès commercial des motomarines de marque Sea-Doo n'a pas suffi à rendre les consommateurs argentins plus conscients de la diversité, de la qualité et de l'originalité technique des embarcations de plaisance canadiennes. Cependant, les perspectives à long terme semblent favorables pour les exportateurs canadiens qui prendront la peine d'exposer leurs produits en Argentine.

Avantage concurrentiel grâce à la politique et aux initiatives du gouvernement canadien

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre aux exportateurs canadiens des moyens de financement et des assurances. De plus, elle peut fournir des garanties dans le cas des transactions importantes assujetties aux conditions fixées par l'acheteur. La SEE préfère procéder au moyen de lettres de crédit, de crédits bancaires ou de garanties bancaires. Les formalités et les approbations aux fins de financement dépendent de la situation propre à chaque cas. Vous pouvez vous renseigner auprès de cet organisme.

La Corporation commerciale canadienne (CCC) accorde également aux petites et moyennes entreprises canadiennes des moyens de financement et des conditions de remboursement avantageuses dans le cadre du Programme de paiements progressifs, mis au point en collaboration avec des grandes institutions financières canadiennes. Ce programme permet à la banque de l'exportateur de lui ouvrir une marge de crédit pour son projet, sous réserve de l'approbation par la CCC et à condition que l'exportateur démontre sa capacité d'exécution. Vous pouvez vous renseigner auprès de cet organisme.

LOGISTIQUE

Circuits de distribution

Les bateaux de plaisance se vendent surtout par le biais des chantiers navals, qui en assurent la distribution et qui peuvent dispenser les services que réclament les clients.

Vente directe

Les exportateurs ont enregistré d'assez bons résultats sur les marchés argentins en écoulant directement des produits tels que polices d'assurance, instruments médicaux d'occasion, médicaments et biens de consommation de luxe. Les ventes directes de bateaux de plaisance n'ont obtenu qu'un succès mitigé parce que cette méthode ne tient pas compte des préférences et des exigences des consommateurs locaux pour ce qui est du service après vente, des contacts personnels, de la présence sur place et de la rapidité de livraison.

Distributeurs et grossistes

Règle générale, les entreprises qui se lancent sur le marché argentin considèrent qu'il est plus profitable de passer par des distributeurs, notamment les fabricants de bateaux de plaisance locaux. Les distributeurs ont une présence locale, peuvent fournir un service après vente, bénéficient d'une réputation déjà établie et assurent les contacts personnels recherchés par les clients.

Agents et représentants des ventes

Bien que les agents et les représentants des ventes puissent mettre les exportateurs canadiens en contact avec les bonnes personnes, les introduire dans le milieu et leur faire profiter de leur connaissance de la clientèle locale, ils sont habituellement incapables d'offrir le niveau de service auquel s'attendent les consommateurs argentins. Il est rare que des agents à commission s'occupent de vendre des embarcations de plaisance.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Pratiques commerciales proposées

Pour réussir de bonnes affaires en Argentine, il est essentiel de nouer des relations personnelles avec les représentants et les distributeurs. Les exportateurs ont intérêt à s'adresser aux délégués commerciaux canadiens en poste à Buenos Aires pour établir des contacts et les introduire auprès des intéressés. Normalement, les gens d'affaires s'habillent, se présentent et se conduisent en général de façon conservatrice. On ne doit pas perdre de temps lors des réunions. Il vaut mieux faire imprimer les cartes professionnelles en espagnol et en anglais. Les exportateurs devraient également veiller à ce que la documentation, les étiquettes et les manuels relatifs à leurs produits soient rédigés selon la variante de l'espagnol proprement argentine, qui diffère des formes employées au Mexique ou au Chili. Enfin, il est souhaitable d'engager un traducteur qui connaît bien le marché local.

Règlements en matière d'importation

Règle générale, les règlements sur les importations concordent avec les règles appliquées ailleurs dans le commerce international. Il y a toutefois une exception; les factures commerciales doivent être libellées en espagnol et contenir des déclarations concernant des aspects comme le prix, la qualité et la quantité. Un certificat d'origine est exigé pour tous les produits importés.

Normes, certificats et enregistrements locaux

Essentiellement, le respect des normes locales relève du bon vouloir des commerçants. Par conséquent, l'acheteur et le vendeur doivent déterminer par eux-mêmes si les produits conviennent. Bien que les marchandises conformes aux normes américaines puissent être tout à fait acceptables, les traditions et les usages depuis longtemps en vigueur font que les Argentins préfèrent souvent les normes européennes.

L'Argentine, qui fait partie de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), a ratifié l'Entente sur les obstacles techniques au commerce, par laquelle le gouvernement s'engage à respecter le plus possible les normes internationales.

Risques associés au crédit à l'exportation, restrictions sur les lettres de crédit ou sur le contrôle des devises

Actuellement, il n'y a aucune règle ou restriction en ce qui concerne le contrôle des devises, les lettres de crédit ou les risques associés au crédit à l'exportation en général. Les entreprises européennes et japonaises qui vendent en Argentine des bateaux de plaisance préfèrent procéder au moyen de lettres de crédit, alors que les entreprises américaines se font habituellement payer par chèque.

ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Activités / description	Organisateur
Salon Nautica Buenos Aires Octobre 1999	Regroupement des constructeurs argentins de bateaux légers (Camara Argentina de Constructores de Embarcaciones Livianas / CACEL) Av. Libertador 433, 1646 San Fernando Buenos Aires, Argentine Téléphone : (54-1) 745-9581 Télécopieur : (54-1) 744-3619
Miami International Boat Show Miami Beach Convention Center Miami, Floride 11-17 février 1999	NMMA Boat Shows 400 Arthur Godfrey Rd, Suite 310 Miami Beach FL 33140 Téléphone : (305) 531-8410 Télécopieur : (305) 534-3139

PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN

Contacts Canadiens

Ambassade du Canada
Adresse civique :
Tagle 2828
1425 Buenos Aires, Argentine.

Adresse postale :
Camilla de Correl. 1598
1000 Buenos Aires, Argentina
Téléphone : (54-1) 805-3032
Télécopieur :(54-1) 806-1209
Courriel : COMMERCE@bairs01.x400.gc.ca

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Bureau de l'Amérique latine et des Caraïbes
125, promenade Sussex
Ottawa, Ontario K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-5549
Télécopieur : (613) 943-8806

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Direction de l'appui aux marchés
125, promenade Sussex
Ottawa, Ontario K1A 0G2
Téléphone : (613) 944-4000
Télécopieur : (613) 943-1103

Agence canadienne de développement international (ACDI)
Place du Centre
200, promenade du Portage
Hull, Quebec K1A 0G4
Téléphone : (819) 997-5456
Télécopieur : (819) 953-5024

Société pour l'expansion des exportations (SEE)
151, rue O'Connor
C.P. 655
Ottawa, Ontario K1P 5T9
Téléphone : (613) 598-2500
Télécopieur : (613) 237-2690

Industrie Canada
235, rue Queen
Ottawa, Ontario K1A O5H
Téléphone : (613) 952-0218
Télécopieur : (613) 941-8464

Alliance des fabricants et exportateurs du Canada
1, rue Nicholas, bureau 1500,
Ottawa, Ontario K1N 7B7
Téléphone : (613) 238-8888
Télécopieur : (613) 563-9218

Conseil canadien pour les Amériques
360 Bay St.
Toronto, Ontario M5H 2V6
Téléphone : (416) 367-4313
Télécopieur : (416) 367-5460

Contacts Argentins

Ambassade du Canada
Bureau 910
90, rue Sparks
Ottawa, Ontario K1P 5B4
Téléphone : (613) 236-2351
Télécopieur : (613) 235-2659

Chambre de commerce de l'Argentine
(Camara Argentina de Comercio)
Av. L.N. Alem 36, 10e étage
1003 Buenos Aires, Argentine
Téléphone : (54-1) 331-8051
Télécopieur :(54-1) 342-6371

Chambre de commerce argentino-canadienne
(Camara de Comercio Argentino-Canadiense)
Sanchez de Bustamante 54
1173 Buenos Aires, Argentina.
Téléphone : (54-1) 86-2831

Regroupement des constructeurs argentins de bateaux légers (Camara Argentina de Constructores de Embarcaciones Livianas / CACEL)
Av. Del Libertador 433, 1646 San Fernado
Buenos Aires, Argentine.
Téléphone : (54-1) 744-3619
Télécopieur : (54-1) 743-6461

BIBLIOGRAPHIE

Applied Technologies International, "Pleasure Boats and Accessories Argentina." 1997.

The Economist Intelligence Unit. "Country Reports : The Americas - Argentina." 5 juin 1998.

Fundacion Export Ar, "Argentine Marine Industry," printemps 1997.

Gray, John. "Sea-Doo Business Hits Rough Water." Canadian Press, 3 août 1998.

Harvard International Review. "Enter Argentina." Vol. 20, No. 3, été 1998.

International Boat Industry. "Waiting for a Lift." octobre/novembre 1993.

Marketing Research Today. "Customer Satisfaction in the Distribution Ligne - Argentine Experiences." Vol. 25, No. 3, août 1997

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS

Sites Internet utiles

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international : **http://www.dfait-maeci.gc.ca**

Strategis : **http://www.strategis.gc.ca**

InfoExport : **http://www.infoexport.gc.ca**

ExportSource : **http://www.exportsource.gc.ca**

Industrie canadienne des bateaux de plaisance : **http://www.rbbi.com**

Regroupement des constructeurs argentins de bateaux (CACEL) : **http://www.nautica.com.ar**

Argentina Business : **http://www.invertir.com**

Argentine Business Gateway : **http://www.externa.com.ar**

Consulat de l'Argentine à Toronto : **http://www.consargtoro.org**

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international de l'Argentine : **http://www.mecon.ar**

US Dept. of Commerce : **http://www.stat-usa.gov**

Trade Show Central : **http://www.tscentral.com**

APPRÉCIATION DU LECTEUR

Veuillez aider le Centre des études de marché d'Équipe Canada à produire des rapports qui répondent à vos besoins en remplissant le formulaire d'évaluation ci-joint et en nous le retournant par télécopieur, au (613) 943-1103. Merci de votre précieuse collaboration.

1. Comment avez-vous obtenu un exemplaire de ce rapport de marché?
   - G FaxLink de l'InfoCentre
   - G Service de rens. de l'InfoCentre
   - G Bureau régional du gouvernement
   - G Site www du gouvernement
   - G Autre : _____

2. Comment décririez-vous le présent rapport de marché?

	Tout à fait d'accord	d'accord	Pas d'opinion	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Utile	G	G	G	G	G
Complet	G	G	G	G	G
Bien présenté	G	G	G	G	G
Bien rédigé	G	G	G	G	G
Longueur idéale	G	G	G	G	G

3. Sous quelle forme préférez-vous recevoir ces rapports?
   - G Imprimé
   - G Version électronique

4. En se fondant sur les renseignements contenus dans le présent rapport, quelles mesures particulières votre entreprise prévoit-elle de prendre en ce qui concerne ce marché? Cochez toutes les rubriques qui s'appliquent.
   - G Chercher un agent/distributeur
   - G Visiter le marché
   - G Faire plus de recherche
   - G Autre : _____
   - GContacter un bureau commercial du Canada à l'étranger
   - GParticiper à un salon commercial à l'étranger
   - GRien

5. Quels autres rapports de marché seraient utiles à votre entreprise? Veuillez énumérer les produits et les pays sur lesquels vous aimeriez qu'ils portent. _____
   _____
   _____

6. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre organisation? Cochez une case seulement.
   - G Fabrication/transformation
   - G Maison de commerce
   - G Fournisseur de services d'exportation
   - G Association industrielle/commerciale
   - G Organisme gouvernemental
   - G Étudiant/université
   - G Consultant
   - G Autre : _____

7. Quel était le chiffre d'affaires de votre organisation l'an dernier, en dollars canadiens?
   - G Moins de 10 millions
   - G Plus de 50 millions
   - G De 10 millions à 50 millions
   - G Sans objet

Autres commentaires/suggestions:_____
_____
_____
_____
_____

FACULTATIF — Nom de votre organisation : _____